

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam strategi komunikasi dan pemasaran modern. Instagram, sebagai salah satu *platform* yang populer, tidak hanya digunakan untuk berbagi informasi tetapi juga menjadi medium efektif dalam membangun relasi serta memperluas jangkauan audiens. Dalam pelaksanaannya, konten visual dan interaktif menjadi kunci untuk menarik perhatian serta membangun rasa percaya dari calon pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran media sosial, khususnya Instagram, dalam meningkatkan daya jangkau dan ketertarikan publik terhadap program yang dilaksanakan oleh Center of Excellence Smart Tourism & Hospitality (STH) pada kegiatan Program Dana Padanan (*Matching Fund*) 2024. Melalui pengelolaan konten yang tepat dan konsisten, terjadi peningkatan signifikan pada jumlah pengikut, interaksi pengguna, dan tayangan konten, yang menunjukkan efektivitas media sosial sebagai alat pemasaran konten.

Kata Kunci: Media Sosial, Strategi Pemasaran, Instagram, Konten Digital